

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学号: X2012156106

UDC\_\_\_\_\_

**厦门大学**

硕士学位论文

**重庆汽车金融有限公司营销渠道  
设计与改进方案**

**Marketing channels Design and improvement program of  
Chongqing Automotive Finance Company Limited**

**刘波**

指导教师姓名：张存禄教授

专业名称：工商管理(EMBA)

论文提交日期：2015年2月

论文答辩日期：2015年月

学位授予日期：2015年月

答辩委员会主席：

评阅人：

2015年2月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日



## 摘要

在改革开放政策的推动下，在国内市场需求的旺盛刺激下，我国汽车工业获得了快速发展，现已成为世界汽车第三大生产国、第二大消费市场和第一大潜在市场，并且这个市场正在逐渐由潜在市场变为现实市场。个人汽车金融市场在经历 2004—2007 年的繁荣后，开始向专业化、规模化方向发展。2011 年后，国内各个主要的汽车厂家相继组建了汽车金融公司，汽车金融公司处于快速的发展壮大阶段，同时汽车金融市场亦日渐竞争激烈。

本文从重庆汽车金融有限公司（简称 CQAFC）经营工作的实际出发，结合国内外汽车金融发展的现状和特点及趋势，针对 CQAFC 在营销渠道中面临的问题，应用市场营销理论，对汽车金融营销渠道进行了深入的分析，提出了营销渠道设计与改进方案，比较好的解决了 CQAFC 在营销渠道建设中的问题，同时也给无主机厂的汽车金融公司和银行、租赁、担保以及小贷公司等开展汽车金融业务，在渠道建设方面提供可值得借鉴的方案，对进一步促进我国汽车金融服务业的发展将起到一定的积极作用。

本文以汽车金融市场营销渠道作为分析及研究的主要内容，结合目前国内、国外汽车金融公司的经营和发展模式，从研究对象 CQAFC 的现状出发，针对在营销渠道建设中面临的问题，提出了建立 SP 分销渠道模式的理念，分别就 SP+N 和 SP+0 这两种分销渠道进行了详细的阐述，总结提出了“以 SP 分销商为主、其它方式为辅，多渠道、少环节”的分销战略，并就实施这一战略提出了设计和改进方案。

**关键词：**汽车金融；营销渠道；发展战略



## Abstract

Under the impetus of reform and opening up policy to stimulate the domestic market in strong demand, China's automobile industry has developed rapidly, has now become the world's third largest automobile producer, the second largest consumer market and the largest potential market, and this the market is gradually become a reality by the potential market for the market. Personal auto finance market has experienced prosperity 2004-2007, began to specialization, scale direction. After 2011, all the major domestic automobile manufacturers have set up auto finance companies, auto finance companies in the rapid development and expansion phase, while the auto finance market is increasingly competitive.

This article from Chongqing Auto Finance Co., Ltd. (CQAFC) operating working reality, combined with domestic and international situation and the characteristics and trends in the automotive and financial development of the problem CQAFC faced in marketing channels, the application of marketing theory, auto finance marketing channels in-depth analysis, the design and marketing channel improvement program better solution to the problem CQAFC marketing channel construction, but also to non-OEM auto finance companies and banks, leasing, guarantees and loan companies do not carry auto finance business, providing a worthy lesson plan in the channel construction, to further promote the development of automotive financial services to our country will take a positive role.

Based on the market of automobile marketing channel as the main content analysis and research, combined with the present operation and development mode of domestic, the domestic automobile financial company, starting from the present situation of the research object of CQAFC, study the current marketing mode, facing in the marketing channel construction in question, proposed the establishment of SP distribution channel mode of the concept, respectively. The paper explains in detail the SP+N and SP+0 of these two kinds of distribution channels, supplemented by summarizing the proposed "by the SP distributor based and other methods, distribution channel strategy of multiple channels, less link", and puts forward the solutions and suggestions on implementation of the strategy.

**Keywords:** Auto Finance; Market channels; Development strategy;





# 目录

第 1 章 引言 .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究路径 .....	2
1.3 研究内容 .....	2
第 2 章 汽车金融业发展及基本经营模式 .....	4
2.1 汽车金融企业营销渠道的重要性 .....	4
2.2 国外汽车金融业发展概况 .....	4
2.3 国外汽车金融发展的主要特点及启示 .....	6
2.4 国内汽车金融发展情况及分析 .....	8
2.4.1 国内汽车金融现状及市场前景 .....	8
2.4.2 国内汽车金融发展的特点 .....	13
2.4.3 国内汽车营销渠道现状及发展趋势 .....	16
第 3 章 CQAFC 现状及存在问题 .....	19
3.1 CQAFC 概况 .....	19
3.1.1 股权比例及组织架构 .....	19
3.1.2 业务种类和区域 .....	19
3.2 CQAFC 与其它汽车金融机构的比较 .....	20
3.3 汽车金融行业营销渠道现状及存在的问题 .....	22
3.3.1 缺乏主机厂和经销商网络渠道的支撑 .....	22
3.3.2 专业化水平不高 .....	23
3.3.3 创新意识不够 .....	24
3.3.4 不易吸收低成本的股东存款资金 .....	24
第 4 章 CQAFC 营销渠道设计与改进 .....	25
4.1 应用分销策略理论分析和解决问题 .....	25
4.2 SP 分销商渠道模式 .....	27
4.2.1 分销商的两种基本方式 .....	29
4.2.2 SP 对渠道层级的选择 .....	30
4.3 SP 分销商的管理及实施 .....	31
第 5 章 结束语 .....	38
参考文献 .....	39
致谢 .....	40



## Directory

<b>Chapter1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
1.1 Research background .....	1
1.2 Research path .....	2
1.3 The research content.....	2
<b>Chapter2 Auto industry development and business model .....</b>	<b>4</b>
2.1 The importance of auto financing companies marketing channel .....	4
2.2 Foreign automobile industry development situation .....	4
2.3 Characteristic of foreign auto financial development .....	6
2.4 Domestic auto finance development situation and analysis .....	8
2.4.1 Domestic auto financial status .....	8
2.4.2 The characteristics of auto finance development.....	13
2.4.3 Present situation and development trend of domestic automobile marketing channel.....	16
<b>Chapter 3 CQAFC status quo and existing problems .....</b>	<b>19</b>
3.1 CQAFC profiles.....	19
3.1.1 Stake and organizational .....	19
3.1.2 Business types and regional .....	19
3.2 CQAFC Compared with other car financial institutions .....	20
3.3 Automobile marketing channel current situation and existing problems of the financial industry.....	22
3.3.1 Lacking the support of makers and dealers channel .....	22
3.3.2 Specialized level is not high .....	23
3.3.3 Innovation consciousness is not enough .....	24
3.3.4 Do not accept deposits of low-cost shareholders funds .....	24
<b>Chapter 4 CQAFC marketing channel design and improve .....</b>	<b>25</b>
4.1 The distribution strategy theory analyze and solve problem.....	25
4.2 Distributor channel mode.....	27
4.2.1 Distributors of two basic ways.....	29
4.2.2 SP's choice of channel level.....	30
4.3 Distributor management and implementation .....	31
<b>Chapter 5 Conclusion .....</b>	<b>38</b>
<b>References .....</b>	<b>39</b>
<b>Thanks .....</b>	<b>40</b>



## 第1章 引言

### 1.1 研究背景

重庆是中国西部唯一的直辖市，随着 1997 年直辖一来，社会经济得到了迅速的发展。截至 2013 年末，重庆市全年规模以上工业企业中，汽车制造业实现总产值 2969.3 亿元<sup>①</sup>，同比增长 20.6%<sup>②</sup>，占全市工业总产值的 18.8%<sup>③</sup>；汽车产量为 215.06 万辆<sup>④</sup>，同比增长 23.3%<sup>⑤</sup>，其中轿车 108.14 万辆<sup>⑥</sup>，同比增长 18.3%<sup>⑦</sup>，汽车产业不仅是重庆的支柱产业，而且成为全国最重要的汽车生产基地之一。为进一步推动和促进把重庆打造成为长江上游的金融中心，支持汽车产业的发展，2012 年 8 月，由庆铃汽车（集团）有限公司（简称庆铃集团）、重庆渝富资产经营管理集团有限公司（简称渝富集团）、重庆农村商业银行股份有限公司（简称重庆农商行）共同出资 5 亿元，经中国银监会批准组建成立了重庆汽车金融有限公司，以下简称“CQAFCL”。它是在全国成立的第 17 家<sup>⑧</sup>汽车金融公司，也是西部唯一一家由中国银监会颁发汽车金融牌照的汽车金融公司。随着人们生活水平的提高，汽车由奢侈品逐渐向必需品转变，全国汽车保有量逐年提高。由于汽车行业产业链较长，上游涵盖了钢铁、电子、橡胶、玻璃、机械设备等行业，下游包括交通运输、车辆管理、金融保险等行业，根据发达国家的经验，汽车行业每增加 1 元的产值，可给上游行业带来 0.65 元<sup>⑨</sup>的产值，给

<sup>①</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>②</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>③</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>④</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>⑤</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>⑥</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>⑦</sup>重庆市统计局：《2013 年重庆市国民经济和社会发展统计公报》，资料来源：重庆统计信息网 <http://www.cqztj.gov.cn/html/tjsj/tjgb/1403/7005.html>，浏览日期：2014 年 12 月 1 日

<sup>⑧</sup>重庆汽车金融有限公司：《重庆汽车金融有限公司章程》，2012 年 8 月，第 5-6 页

<sup>⑨</sup>杜勇宏：《对中国汽车千人保有量的预测与分析》，《中国流通经济》，2011 年第 6 期，第 80-82 页

下游行业带来 2.63 元的产值。因此 CQAFC 的成立，将有利于更好地支持重庆乃至西部汽车产业发展，把重庆打造成为汽车名城，对促进长江上游金融中心的建设具有重要的现实意义。

CQAFC 成立以来，虽然业务发展上取得了一些成绩，但与全国同行比仍存在很大的差距。截至 2014 年 6 月末，CQAFC 贷款余额为 10.9 亿元，<sup>①</sup>同比增长 730%<sup>②</sup>，但与同期成立的北京现代汽车金融有限公司的贷款余额为 74 亿元<sup>③</sup>比差距很大。其中营销渠道建设是制约和影响业务发展的主要因素之一，因此很有必要对 CQAFC 目前营销渠道的模式和存在的问题进行设计和改进，探索建立既符合 CQAFC 自身特点，又具有市场竞争力的营销渠道模式，以促进业务迅速发展。

## 1.2 研究路径

在认真分析 CQAFC 经营特征及优劣的基础上，遵循汽车金融行业及汽车行业发展的普遍规律，借鉴国内外同行的经营模式和好的经验，在国家产业结构调整、扩大内需，全面深化改革发展，针对国家以反垄断、促进汽车销售公平竞争，给汽车销售渠道带来新变化的大背景下，充分利用重庆汽车产业发展的有利条件，发挥自身优势，以市场分销策略等为理论基础，对当前 CQAFC 分销渠道存在的问题进行分析，并提出营销渠道建设的设计与改进方案。

## 1.3 研究内容

本文研究的主要内容：一是分析和研究国内外汽车金融业发展特点、现状和趋势，对当前国内汽车金融业发展的进行分析，二是针对 CQAFC 有别于其它汽车金融的特点，应用市场营销管理中的分销策略等相关理论知识，重点对分销渠道及管理分析和研究。其目的是：通过本文分析与研究，重点解决 CQAFC 在分销渠道建设上定位不清、竞争力不强的问题并提出好的解决办法。主要采取的方法：通过历史与现状比较，国内与国外的比较，对当前汽车金融业和汽车销售市场发展趋势进行深入分析，掌握国内汽车金融业发展的特点和规律，

---

<sup>①</sup>重庆汽车金融公司会计报表

<sup>②</sup>汽车金融行业内部报表

<sup>③</sup>汽车金融行业内部报表

重点利用分销策略理论，为 CQAFC 建立适应市场具有竞争力的分销渠道模式，提出好的营销渠道设计与改进方案。。

厦门大学博硕士论文摘要库

## 第2章 汽车金融业发展及基本经营模式

### 2.1 汽车金融企业营销渠道的重要性

目前，无论国内国外大多数汽车生产厂家都不会直接将汽车产品出售给最终用户。在生产厂家和最终用户之间存在有不同层级的经销商，这些经销商组成了汽车销售营销渠道，也就是指在实现汽车销售和服务的使用和消费过程中涉及的所有相互依赖的组织。它是汽车销售或服务从生产完成后至最终用户的购买和使用之间所经历的一组路径。它是汽车销售的最重要的渠道。在美国，渠道成员总计获得的利润占产品最终售价的30%—50%。这种营销渠道不仅只是服务市场，而且还会创造市场，一是有利于提高市场占有率，通过点多面广的经销商网络可以满足不同地区、不客户的需求，二是意味着存在大量的机会成本，将潜在的购买者转变为现实的消费者，三是有利于降低成本，增大利润空间，比如汽车生产厂家可采取与经销商买断甚至压库等销售方式，不仅增加销量还有利于减少资金占用、降低资金成本，四是通过不同层级的经销商，大大减少了客户的交易次数和工作量，提高了客户的满意度。而作为专门为汽车销售和服务提供金融产品服务的汽车金融企业的营销渠道，是与汽车营销渠道密不可分的，实际上有什么样的汽车销售营销渠道就有什么样的汽车金融企业的营销渠道，因此对汽车金融企业来说不仅营销渠道同样与汽车销售营销渠道同等重要，而且随着市场的发展和竞争，建立适应市场变化的创新营销模式越来越凸显重要，其中营销渠道设计与改进是创新型营销模式的最重要的内容之一，可以说是汽车金融企业持续健康发展的前提和基础。

### 2.2 国外汽车金融业发展概况

从全球来看，汽车业的激烈竞争已逐步由制造领域向服务领域转变和延伸。由于服务不仅能高效地带动汽车产品的销售，而且其本身盈利能力也可观，所以汽车产业的盈利来源正逐步由销售环节向售前、售后服务环节扩散，而其中



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库